

Informe sobre *la conversación digital en torno a la Ley de Etiquetado Frontal en Argentina*



Marzo 2023

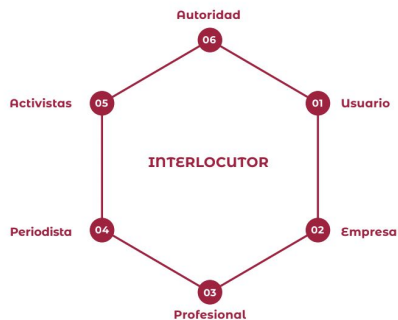
- Consideraciones Preliminares
- Resumen Ejecutivo
- Contexto
- Menciones en Redes Sociales
 - Volumen y Alcance
 - Valoración
 - Menciones Destacadas
- Menciones en Medios
 - Volumen y Alcance
 - Valoración
 - Menciones Destacadas
- Conclusiones
- Sobre Hauscom



Consideraciones Preliminares

Sobre el Monitoreo de Redes Sociales y Medios Online

- En el presente estudio consideramos el período comprendido entre **01/03/2023 hasta 15/03/2023**
- Analizamos la totalidad de las menciones en Internet que relacionan directamente con la **Ley Etiquetado Frontal de Alimentos en Argentina**
- Cada una de las menciones es analizada por nuestro equipo de consultores y catalogada según: **dimensiones, interlocutores y tono** (valoración)
- Es importante destacar que el tono se establece desde el punto de vista de la valoración del interlocutor de la mención independientemente de la temática que trate



Interlocutores o Autores

01. Usuario:

Usuarios que en forma individual opinan y participan de distintos temas.

02. Empresa:

Instituciones privadas que se ven afectadas en forma directa por la evolución del tema.

03. Profesional:

Referentes en un área específica y especializada. Pueden ser entidades individuales o colectivas.

04. Periodista:

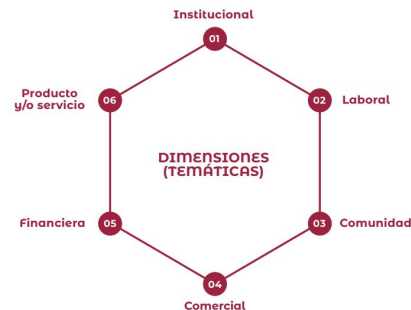
Aquellos actores que amplifican las noticias con intención editorial (medios de comunicación, blogs, etc.).

05. Activistas:

Son actores movilizadas por cuestiones ideológicas (sindicalistas, ambientalistas, etc.).

06. Autoridad:

Son aquellos actores que en forma individual o colectiva representan instituciones de gobierno.



Dimensiones o Temáticas

01. Institucional:

Son aquellas menciones que se refieren a cuestiones estructurales de la organización: eventos, comunicados, novedades corporativas, etc.

02. Laboral:

Se refiere a aquellos mensajes que hablan del Organismo como empleador: ambiente, salarios, condiciones, etc.

03. Comunidad:

Son aquellas menciones vinculadas con el impacto que la Organización tiene en su entorno cercano, es decir, aquellos a quienes beneficia indirectamente.

04. Comercial:

Tiene que ver con las menciones que vinculan a la empresa con otras compañías, en términos de ventas.

05. Financiera:

Son aquellas menciones que hacen referencia directamente a temas de finanzas o relacionado con ellas

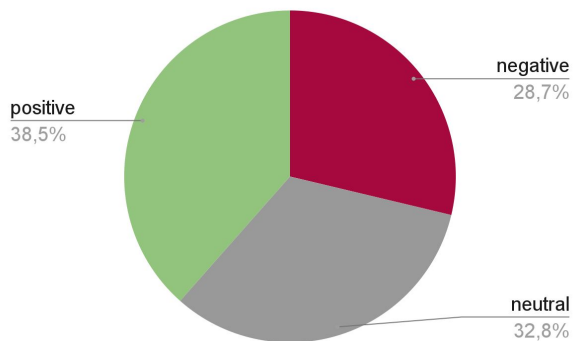
06. Producto y/o servicio:

Se refiere a aquellos mensajes que hablan sobre lo que ofrece la empresa.

Resumen Ejecutivo

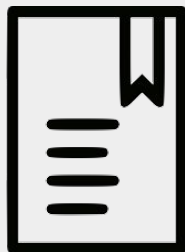


Valoración de Menciones



- Durante el período analizado registramos **3.589 menciones totales**, de las cuales **3.325 fueron en Redes Sociales** y **264 en Medios Digitales**
- La **potencial audiencia** que recibió mensajes relacionados a la temática en el plazo analizado fue mayor a **360 millones de usuarios** (no están contabilizados usuarios compartidos)
- Las connotaciones de esos mensajes en torno a la Ley de Etiquetado fueron muy parejas entre **Positivas (38%), Neutras (32%) y Negativas (28%)**. En redes sociales hubo más menciones Negativas que en Medios Digitales.
- Los principales **temáticas más utilizados** tanto en redes como en medios digitales fueron:

Dimensión	Menciones
Social	1.469
Producto	1.378
Comercial	532
Institucional	169
Otros	41



La Ley 27.642, reglamentada por el Gobierno argentino en marzo de 2022, comenzó a implementarse a partir de 2023 y empezaron a circular por las góndolas productos sellados con los octógonos correspondientes.

OBJETIVOS DE LA LEY DE ETIQUETADO

- Garantizar el derecho a la salud y a una alimentación adecuada.
- Dar información nutricional comprensible de los alimentos envasados y bebidas analcohólicas para resguardar los derechos de las y los consumidores.
- Advertir a las y los consumidores sobre los excesos de: azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías.
- Prevenir la malnutrición en la población y reducir las enfermedades crónicas no transmisibles.



Inclusión de sello de advertencia indeleble por cada nutriente crítico en exceso



Prohibición de incluir logos o frases con el patrocinio o avales de sociedades científicas o asociaciones civiles



Prohibición de incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, influencers de redes sociales

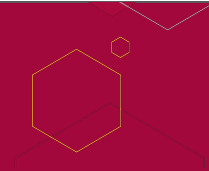


Prohibición de incluir la participación o promesa de participación en concursos, juegos, eventos deportivos, musicales, teatrales o culturales



Está prohibida la publicidad, promoción y patrocinio de los alimentos y bebidas sin alcohol que contengan al menos 1 sello de advertencia dirigida a niños, niñas y adolescentes.

Menciones en Redes Sociales



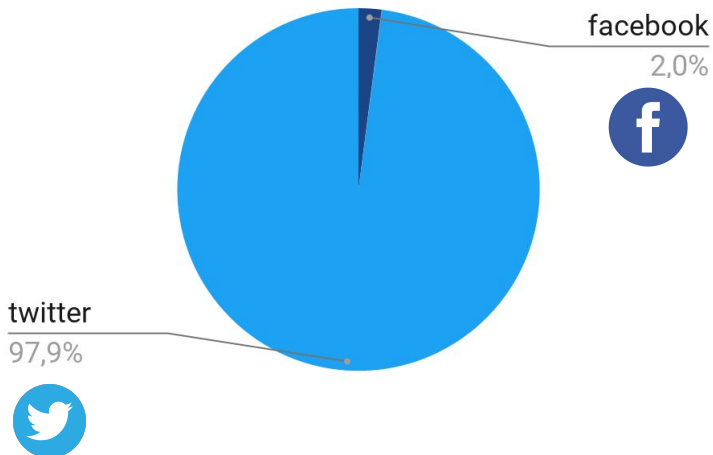


Menciones en relación a la temática en
publicaciones en Redes Sociales

3.325

Volumen de Menciones

Medios



Alcance de las menciones en relación a la temática
en publicaciones en Redes Sociales

17.939.116



Alcance de Menciones

El **Alcance Total de Menciones***
en Redes Sociales vinculados a la temática
considera la potencial audiencia que
integran la suma de los seguidores de cada
uno de los usuarios

*Este dato no distingue seguidores compartidos entre interlocutores.



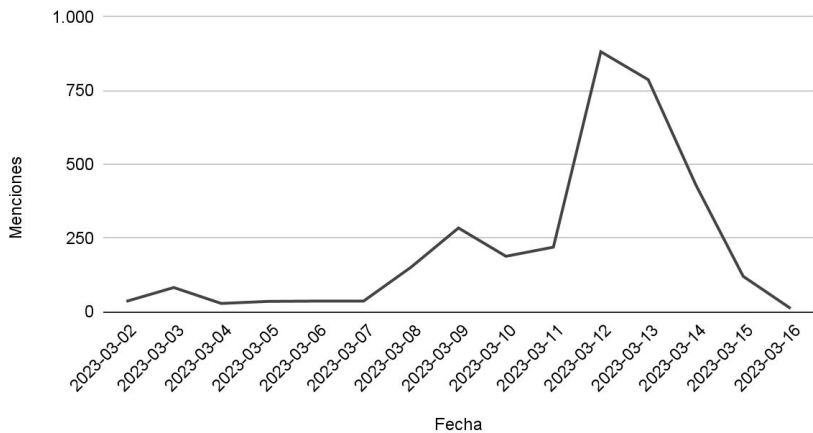
Volumen de Menciones

Volumen = cantidad de menciones
Alcance = audiencia potencial de esas menciones



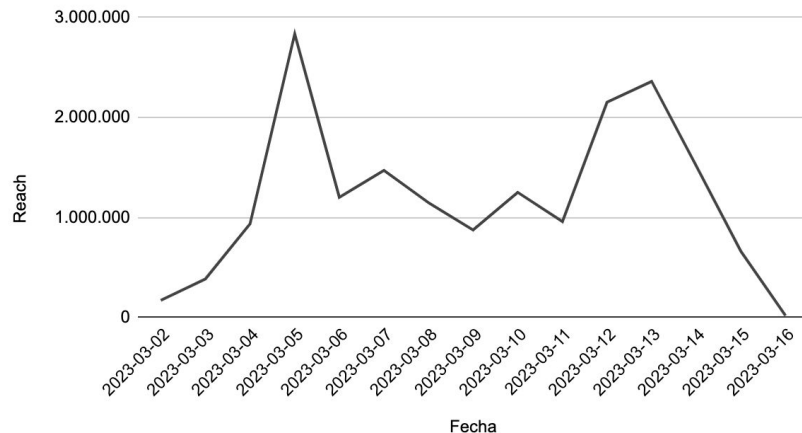
VOLUMEN

Volumen de menciones por día



ALCANCE

Alcance diario de Menciones

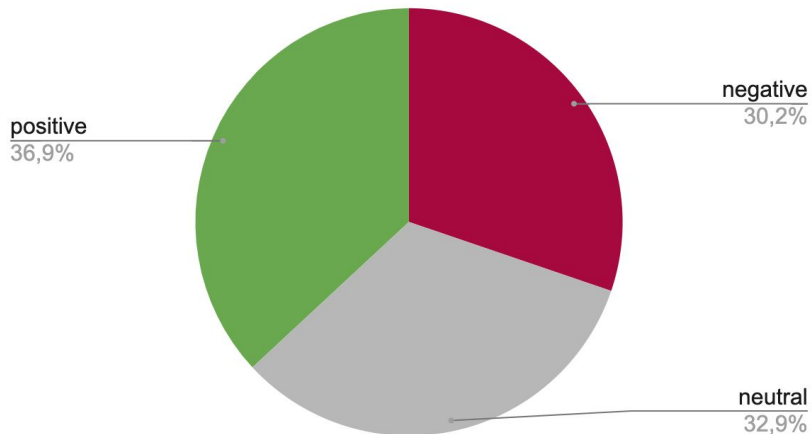


Las menciones en torno a la temática no correspondieron a una fecha puntual, si no a la viralización de contenido de usuarios relacionado a los productos que llevan los sellos distintivos octogonales

Con respecto al alcance, el primer pico no coincide con el volumen de menciones, eso se debe a que un usuario (Tiempo Argentino) compartió una nota sobre las maniobras de los supermercados para evitar mostrar los sellos. El segundo pico, si condice con la viralización de la temática



Valoración de Menciones

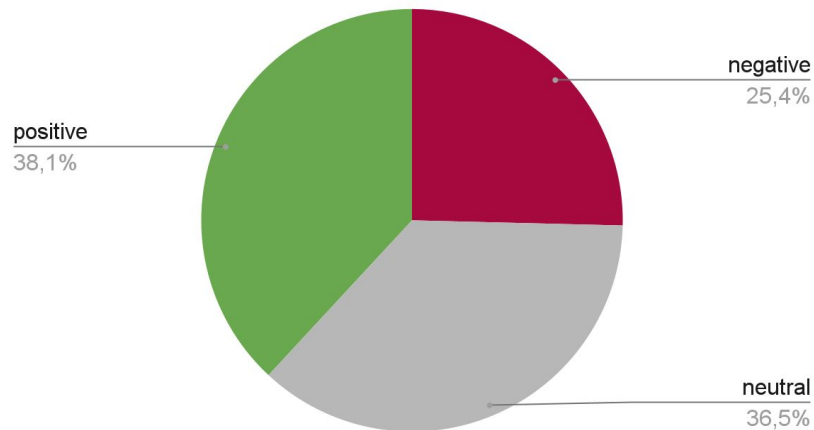


A diferencia de la valoración general de las menciones (que incluyen Medios Online) en Redes Sociales hubo un incremento de menciones negativas en torno a la ley.

No obstante, la mayoría de las menciones (37%) valoró positivamente la aplicación de la Ley.

En relación a la muestra realizada hubo mayor polarización en torno a los beneficios de la ley.

Valoración de Alcance

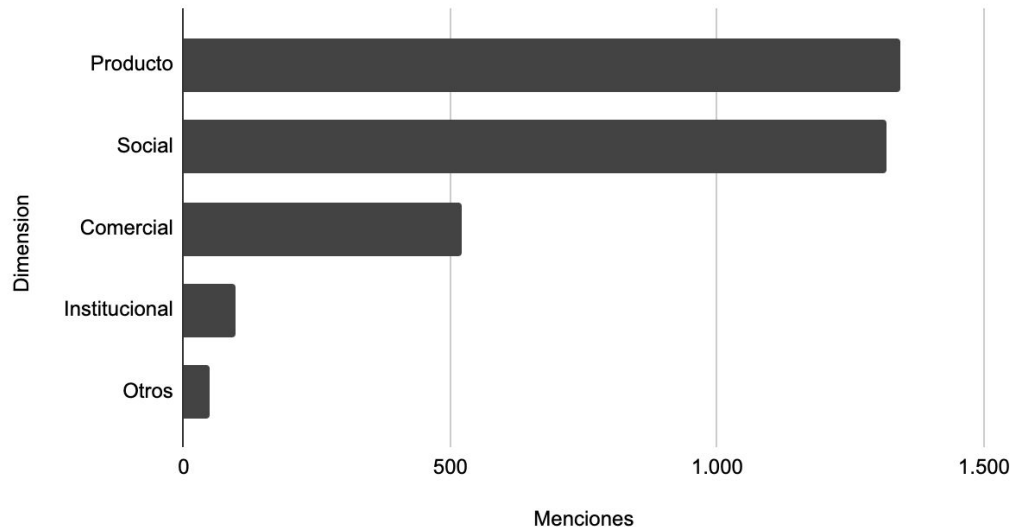


Con respecto al alcance, los interlocutores que mencionaron negativamente a la ley tuvieron menos impacto, que los que la valoraron positivamente.

La valoración que más alcance tuvo fue la positiva. Es decir que **los que mencionaron positivamente a la ley tuvieron mayor audiencia que los que la valoraron negativamente.**



Principales Temáticas



Dentro de las **3.325 menciones** analizadas durante el período de referencia la conversación se desarrolló sobre los siguientes ejes temáticos:

Productos:

Opiniones sobre los valores nutricionales, el impacto de los sellos en los packagings

Social:

Conciencia sobre la nutrición, Día Mundial de la Obesidad y Salud

Comercial:

Supermercados, Impacto económico para empresas

Institucional:

Gobierno, Poder Legislativo, artículos de la Ley, Políticos



Menciones destacadas en Redes Sociales



gerardo burton
@gerardoburton

Etiquetado frontal: cómo los supermercados evitan exhibir los sellos negros

Gabriela Figueroa (@gabrielitafi)

[Translate Tweet](#)



tiempoar.com.ar

Etiquetado frontal: cómo los supermercados evitan exhibi...
La Fundación Interamericana del Corazón Argentina relevó negocios: más del 80% no pone los productos con el ...

11:49 AM · Mar 5, 2023 · 33 Views

Javier Retweeted



Ludwig von Pato
@22xTJuan

No, las galletitas de agua no son malas para tu salud. Lo que es malo es la ley de etiquetado, que está diseñada para desinformar fuertemente al consumidor.

[HILO]

[Translate Tweet](#)

8:21 AM · Mar 13, 2023 · 767.6K Views

1,187 Retweets 203 Quotes 4,536 Likes



Tiempo Argentino @tiempoarg
Etiquetado frontal: cómo los supermercados evitan exhibir los sellos negros.

@gabrielitafi | @ildieco_diegomartinezph | bit.ly/3YoFZV

[Translate Tweet](#)



1:30 PM · Mar 5, 2023 · 1,833 Views

BRIGITTE JUDITH EDITH Retweeted



GABRIEL TAYLOR. @VictOcampo

El DANONINO que le das a tus hijos tuvo que cambiar su fórmula para poder tener su packaging 100% libre de octógonos negros. No era tan sano como creías, y esto demuestra que la LEY DE ETIQUETADO FRONTAL realmente sirvió.

[Translate Tweet](#)



Andrea Graciano
@andrea_graciano

En , se empieza a implementar el etiquetado frontal obligatorio y comienzan a aparecer los sellos de advertencia.

La evidencia muestra que el etiquetado frontal es más efectivo en los productos falsamente percibidos como saludables.

Sale hilo (colaborativo) con sorpresas

[Translate Tweet](#)

11:02 PM · Mar 9, 2023 · 406.4K Views

578 Retweets 177 Quotes 3,657 Likes



Andrea Graciano @andrea_graciano · Mar 9
Replying to @andrea_graciano

Empiezo. Las famosas galletitas "de agua", que usualmente se indican a personas con enfermedades agudas (como diarrea) o crónicas

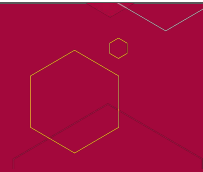
4 sellos



54 293 900 885.5K



Menciones en Medios Online



Menciones en Medios Online

Analizamos un total de **264** artículos en **179** medios sobre la Ley de Etiquetado Frontal en el periodo del 1/03/23 al 15/03/23.



264 Volumen de Menciones
en **Medios Online**

7% Del total de Menciones
Registradas

 **355.000.000**

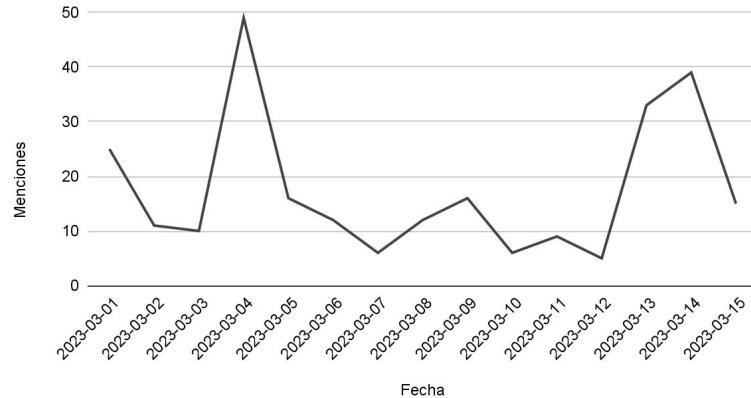
Alcance Total de Menciones

*Este dato no distingue entre usuarios compartidos entre interlocutores.



Volumen de Menciones

Menciones Diarias en Medios



El pico de menciones de los primeros días de marzo se debe al **Día Mundial de la Obesidad**, en donde se relaciona la fecha con la implementación de la Ley de Etiquetado. Con respecto al segundo pico se debe a la **votación en Entre Ríos** para adherir a la ley los productos elaborados en dicha provincia.

Medios con más menciones

Notas

<http://www.examedia.com.ar>

21

<https://flipr.com.ar>

15

<https://actualidadadiario.com>

9

<https://unoentrerios.com.ar>

7

<http://www.treslineas.com.ar/>

7

<https://www.msn.com/es-ar>

4

<https://entornoeconomico.com>

3

<https://www.unoentrerios.com.ar/>

2

<https://www.tiempoar.com.ar>

2

<https://www.lacapitalmdp.com>

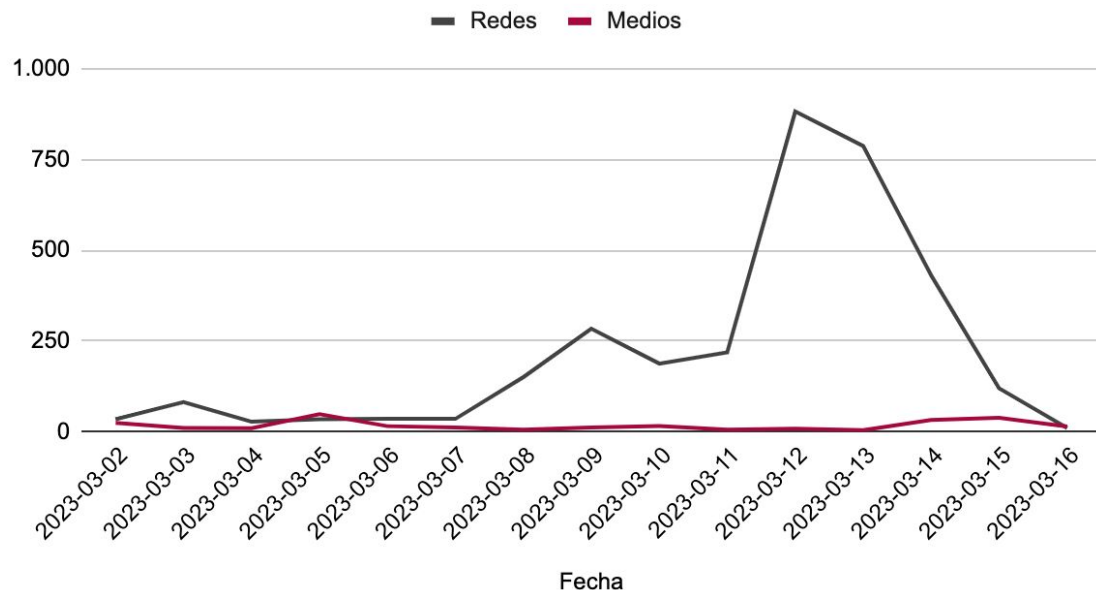
2

Los medios que más mencionaron a la Ley de etiquetado fueron **agregadores de noticias y medios de Entre Ríos por la votación en esa provincia.**

Evolución de Menciones en Medios vs Menciones en Redes



Redes y Medios



Con respecto a la evolución de menciones en Redes Sociales y en Medios Digitales **no hubo una correlación en el período analizado.**

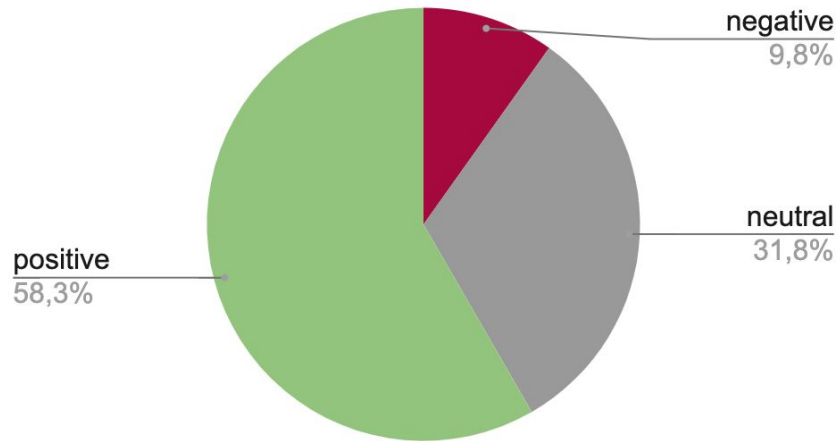
Las menciones en Redes Sociales no estuvieron vinculadas a notas periodísticas, sino que surgieron de manera espontánea, **principalmente por los productos con sellos visibilizados en góndolas.**

La agenda de los medios en este caso **no incentivó la conversación**, que se desarrolló en distintos momentos, sobre distintos ejes temáticos.

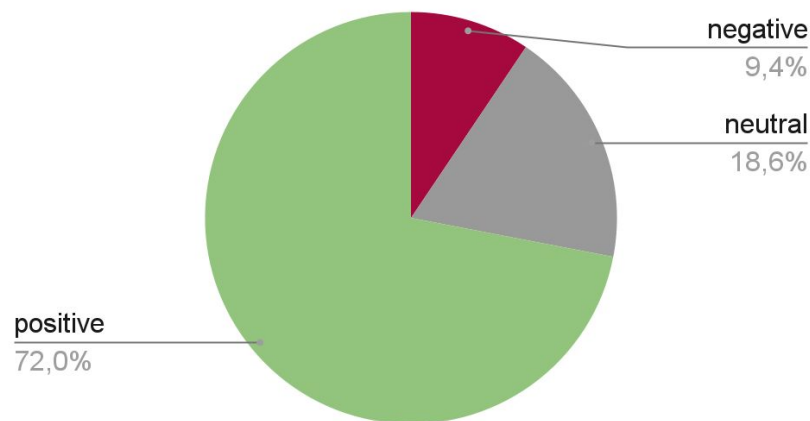
Independientemente de los volúmenes de menciones de uno u otro período y el alcance de ambos canales, en este caso y durante el período analizado puede afirmarse que **la conversación no está sincronizada entre medios y redes sociales.**



Volumen de menciones



Alcance de menciones



Sobre un total de **264 menciones** en medios el **58% fueron con connotaciones positivas** en torno a la aplicación de la Ley, un porcentaje significativamente mayor que el de las Redes Sociales.

Hubo menos de un 10% de notas negativas en torno a la Ley, en relación al impacto económico.

Al igual que en el caso de las Redes Sociales, la valoración que más alcance tuvo fue la positiva. Es decir que **los Medios que mencionaron positivamente a la ley tuvieron mayor audiencia que los que la valoraron negativamente.**



Ley de etiquetado frontal: se detectaron maniobras para evadir su cumplimiento

Una norma esperada por un amplio sector de la sociedad pero que según un estudio privado ya muestra indicios de incumplimiento.



Ley de etiquetado frontal: se detectaron maniobras para evadir su cumplimiento | TELAM

Con el regreso de las sesiones ordinarias, cómo fue el año del Congreso en 2022: los proyectos aprobados y quiénes faltaron más

Historia de Felipe Vitola • 2 mar

Alberto Fernández dio su discurso de inicio del año legislativo este miércoles con fuertes críticas a la Corte Suprema y con foco en el intento de asesinato a Cristina Kirchner. Aunque primaron los cruces entre el oficialismo y la oposición, el Congreso de la Nación se prepara para un 2023 que intentará dejar atrás "el peor año" en cuanto a productividad en ambas cámaras.

Mirá también: Fuertes críticas de Horacio Rodríguez Larreta al Presidente: "Vive en otro país"

Contrarreloj: unas 400 pymes rosarinas deben sumarse al etiquetado frontal

Solicitaron una prórroga y el plazo vence el 20 de noviembre. Las compañías más grandes tienen tiempo hasta el 23 de mayo



Por Florencia O'Keefe

1 de marzo



Día Mundial de la Obesidad: OMS y especialistas buscan erradicar el estigma

El estigma y la discriminación asociados a la obesidad desalientan el acceso a las consultas médicas y nutricionales. El alerta de los expertos y de la OMS.

04 DE MARZO, 2023 | 10:07



Vuelta al cole: el desafío de comer rico y saludable

Tiempo de viandas y snacks para el recreo. Recomendaciones para una buena nutrición. El aporte de la ley de etiquetado y el rol de las escuelas

BAE Por BAE Negocios



Dólar \$ 203/211 0.49% Blue \$ 379/383 0% REGISTRO IN
DÓLAR BLUE \$383.00 DÓLAR TURISTA +0.49% \$422.00

IPROFESIONAL | ACTUALIDAD | AVANZA LA LEY

Así se verán las Zucaritas sin el tigre y el Nesquik sin el conejo por la Ley de Etiquetado Frontal



CIUDADANOS / VIDA COTIDIANA

Comer por depresión o estrés podría facilitar el desarrollo de adicción a los alimentos



SOCIEDAD A UN AÑO DE LA REGLAMENTACIÓN DE LA LEY Comentarios 1

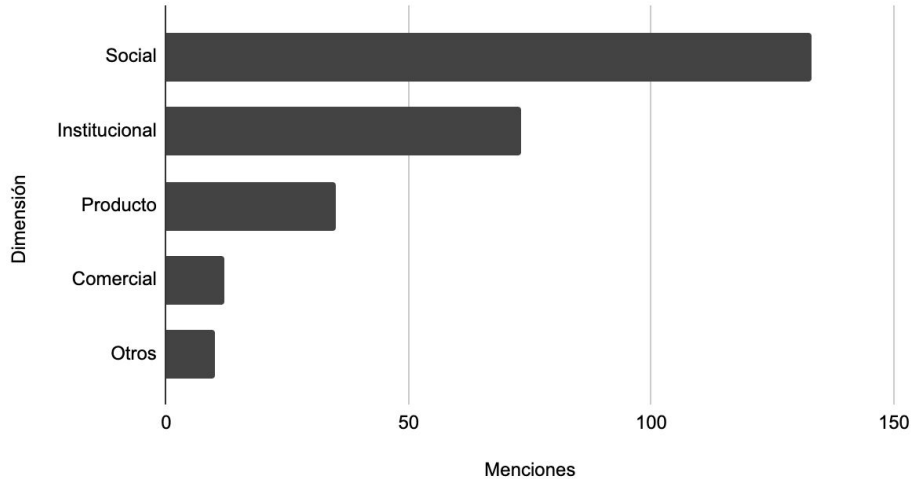
Por las etiquetas negras, una de cada cuatro personas dejó de consumir un tipo de alimento

Tras 12 meses de reglamentada la ley, una encuesta indagó las opiniones de los consumidores argentinos. Siete de cada diez afirman conocer de qué se trata. Sin embargo, solo el 28% afirma conocer "bastante" o "mucho" lo que indica esta ley. Otro dato clave es que el acuerdo con esta legislación es muy alto: ocho de cada diez consultados que dicen conocer su contenido afirman estar de acuerdo con ella. La mayoría de las personas consideran que las ayudará a "conocer mejor lo que comemos". Y, además, piensan que esto obligará a las empresas a fabricar y vender alimentos más sanos.





Dimensiones Temáticas en Medios



Las principales temáticas de las menciones en Medios difieren de la conversación en Redes Sociales, en donde Producto fue la principal:

Social:

Día Mundial de la Obesidad, Nutrición Saludable, Conciencia alimenticia

Institucional:

Implementación de la Ley, Votación en Entre Ríos

Productos:

Implementación de etiquetas y Productos alcanzados

Comercial:

Impacto en el consumo, problema para las empresas y su adecuación, precio de alimentos saludables



- La conversación en torno a la Ley de Etiquetado Frontal tuvo en su mayoría una **connotación Positiva, tanto en Redes Sociales como en Medios Digitales**
- **En Redes Sociales la opinión estuvo más polarizada** con valoraciones parejas entre positivas, negativas y neutras en torno a la Ley
- No hubo concordancia entre picos de menciones entre medios y redes, **la conversación no estuvo sincronizada entre la agenda de los Medios y Redes Sociales**
- El foco temático **tampoco coincide entre medios y redes**
- La conversación en Redes Sociales giró principalmente en torno a los **Productos, su valor nutricional, el diseño de los packaging y la experiencia de usuarios con las góndolas**
- En los medios predominó **la temática social: alimentación, obesidad, nutrición infantil, etc**



- Somos una consultora especializada en comunicación digital, fundada en 2016 por un equipo de consultores con experiencia en el mundo corporativo, para atender la demanda de personas y organizaciones con necesidades de asesoramiento en temas de Reputación en el escenario Digital
- Nuestro modelo teórico se basa en que la reputación de una persona o de una organización está construida sobre la valoración que los diferentes públicos tienen de ella
- La gestión de la Reputación Digital de una organización implica el análisis de cómo la información disponible en Internet influye sobre los diferentes stakeholders.
- El monitoreo de redes sociales, medios online y plataformas digitales son la base de nuestro Monitoreo de Redes Sociales

Confían en Hauscom



Gracias

